

Estrategias para potenciar tu Creatividad



DESARROLLO DE APLICACIONES WEB
TALLER PRÁCTICO INTEGRADOR

Índice

1. Generación de ideas y creatividad	3
2. Técnicas para producir ideas.....	4
a) Brainstorming	4
b) Mapas Mentales de Tony Buzan.....	6
c) Brainwriting.....	7
d) Técnica Scamper.....	7
e) El método los seis sombreros para pensar de Edward de Bono	8
3. Bloqueos.....	10
4. Mitos de la Creatividad	11
5. Para ser creativos – Claves	12
NOTAS	13
Bibliografía	14

1. Generación de ideas y creatividad

“Encontrar nuevas preguntas, nuevos problemas, ver viejos problemas desde un punto de vista novedoso, requieren de una imaginación creativa y marcan un avance real de la ciencia”.

Albert Einstein.

No siempre las ideas surgen en forma espontánea o por accidente. Como en el caso de Newton¹, que enunció la ley de gravedad gracias a que se le cayó una manzana sobre la cabeza mientras descansaba. En realidad, Newton ya venía investigando estos fenómenos, y la manzana, simplemente, disparó en su mente la idea de la gravitación universal. Es por eso, que la mayor parte de las veces, las ideas surgen en cualquier situación, cuando se está pensando en el cambio.



¹ Isaac Newton (1642 -1727) fue un físico, filósofo, teólogo, inventor, alquimista y matemático inglés, autor de los *Philosophiae naturalis principia mathematica*, más conocidos como los *Principia*, donde describió la ley de la gravitación universal y estableció las bases de la mecánica clásica mediante las leyes que llevan su nombre. Entre sus otros descubrimientos científicos destacan los trabajos sobre la naturaleza de la luz y la óptica y el desarrollo del cálculo matemático.

2. Técnicas para producir ideas

Independientemente de que un individuo tenga habilidades y aptitudes creativas o una empresa contenga las condiciones para favorecer el flujo creativo dentro de ella, existen una serie de herramientas y técnicas que facilitan el trabajo de la generación de ideas.

a) Brainstorming

Brainstorming, es una palabra de origen inglés, que podría traducirse como tormenta de ideas, torbellino de ideas, bombardeo de ideas, sacudimiento de cerebros o movilización mental. Esta técnica es una de las más antiguas y conocidas y fue creada por Alex F. Osborn² por el año 1939. Los pasos a seguir serían:

1. **Definir el área de negocios** o el problema específico, donde nos faltan buenas ideas, nuevas y frescas.
2. **Trabajar en grupos** de dos a diez personas. Lo ideal es grabar las sesiones o tener un secretario que vaya escribiendo las ideas en una pizarra para que todos puedan verlas. En grupos grandes se precisa de un moderador para que no se superpongan las ideas.

Todos los presentes deben romper con las barreras y limitaciones cotidianas del pensamiento y producir ideas.

Las reglas son:

- a) eliminar el juicio de valor y las críticas
- b) pensar libremente, todas las ideas son válidas sin importar lo salvajes, imposibles o disparatadas que parezcan.
- c) generar una gran cantidad de ideas, ya que las primeras que surgen, suelen ser ideas obvias, habituales y gastadas. Cuanto más larga sea la lista más ideas habrá para elegir, combinar, adaptar.
- d) El efecto multiplicador: todos contribuyen a combinar ideas y mejorarlas. Las ideas de los demás se convierten en disparadores de nuevas ideas.

² Alex Faickney Osborn (1888 -1966) fue un ejecutivo de ventas y teórico de la creatividad, autor del *Brainstorming*.

Es importante que el ambiente sea alegre y relajado. Se suele decir que el humor, como la creatividad, es la unión de dos ideas dispares. Por lo tanto, el humor es una de las bases de la creatividad.

A menudo se comienzan las sesiones con un precalentamiento tratando de resolver problemas imaginarios: cómo inventar un nuevo juego olímpico o cómo iluminar una fábrica con una sola lámpara.

3. **Limitar la sesión a** no más de 15 ó 30 minutos.
4. **Hacer copias y** entregar una a cada participante.
5. **Añadir y evaluar:** al día siguiente (nunca el mismo día, según Osborn) el grupo se reúne nuevamente. Al principio se comentan otras ideas que hayan tenido desde la reunión anterior y se incorporan a la lista. Luego se evalúan las ideas y se desarrollan las más prometedoras. Es el momento de bajar las ideas al mundo real. Pueden agruparse las ideas en:
 - a) Ideas de utilidad media: que pueden usarse inmediatamente.
 - b) Áreas para explorar más ampliamente: precisan investigación y discusión.
 - c) Nuevas aproximaciones al problema: sugieren nuevas maneras de mirar el problema.



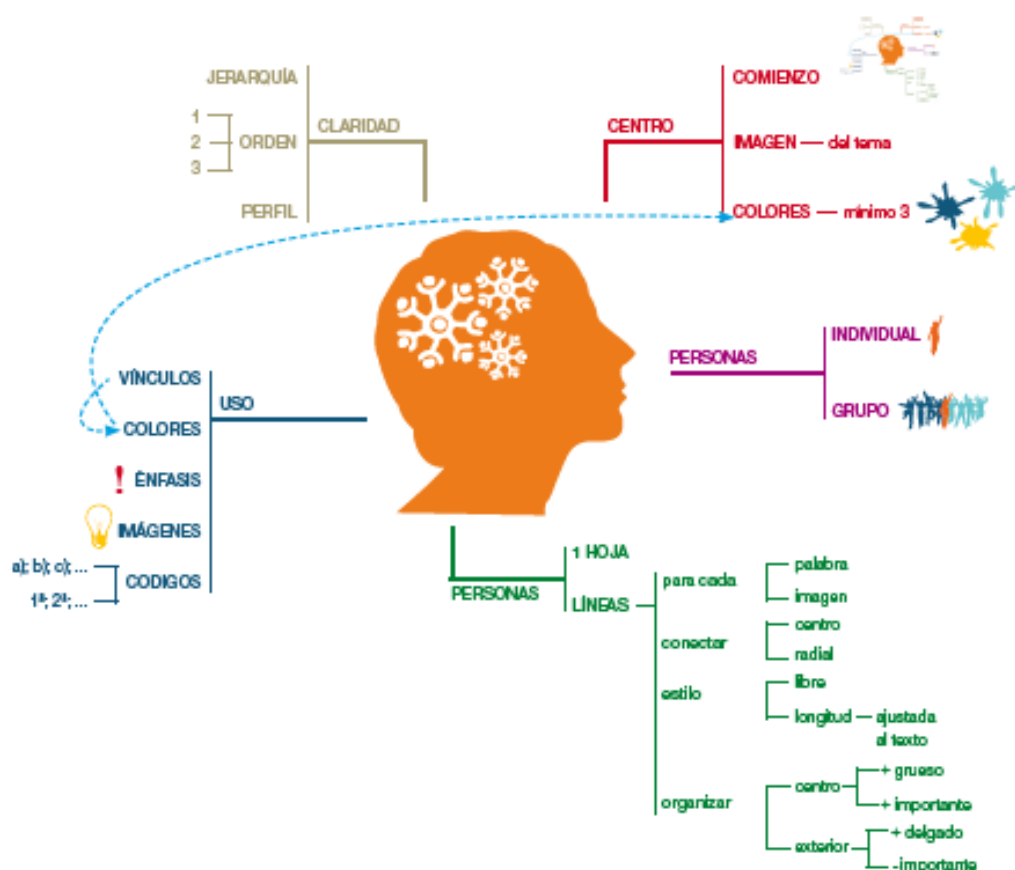
Si bien esta técnica fue planteada para ser realizada en grupo, usted puede realizarla por su cuenta.

b) Mapas Mentales de Tony Buzan³

El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro mediante el **pensamiento irradiante**.

Su principal aplicación en el proceso creativo es la **exploración del problema y la generación de ideas**.

Partimos de nuestra idea o proyecto original que queda reflejado en el centro de nuestra página en blanco. A continuación los temas relacionados parten de la idea original en forma de ramas de árbol, con imágenes o palabras clave. El dibujo final es como un árbol visto desde arriba. Resulta muy útil para presentaciones colectivas o individuales.



³ **Tony Buzan** (2 de junio de 1942-) es un escritor y consultor educativo. Es un defensor de técnicas como los mapas mentales y la **alfabetización mental**.

c) Brainwriting

Se trata de una variante del Brainstorming, por lo que al igual que éste se basa en una dinámica de grupo en la que las ideas de cada persona se ven retroalimentadas por las del resto de participantes. El manejo de la técnica es sencillo ya que utiliza varias hojas en las que se escribe un tema en la parte superior y se van pasando a los participantes para que vayan anotando sus ideas.

Esta técnica resulta eficaz para recoger ideas innovadoras de grupos de personas que se enfrentan a un problema o una situación que afecta a un proyecto concreto o al funcionamiento general de la empresa.



d) Técnica Scamper

Se trata, básicamente, de una **técnica mnemónica** (de mnemotecnia o nemotecnia, es la técnica o procedimiento de asociación mental de ideas, esquemas, ejercicios sistemáticos, repeticiones, etc., para facilitar el recuerdo de algo).

Fue creada por Bob Eberlee, a partir de una lista de verificación verbal, originada por Alex Osborn (el creador del **Brainstorming**).

En realidad, la palabra SCAMPER es una sigla formada por las iniciales de los siguientes términos:

- **Substitute** (Sustituir)
- **Combine** (Combinar)
- **Adapt** (Adaptar)
- **Modify** (Modificar)
- **Put to other uses** (Poner en otros usos)
- **Eliminate** (Eliminar o minimizar)
- **Rearrange** (Reordenar o Invertir)

Es un método fácil y sencillo para extraer ideas de un desafío, basándose en un listado de preguntas. Útil para llevar la capacidad creativa a nuevos niveles, dando respuesta a cada pregunta formulada, tratando de no dejar por fuera ningún campo de análisis. Se persigue con este método lograr una buena base de partida para la definición de nuevos productos, servicios o procesos, adaptando o mejorando los ya existentes.



e) El método los seis sombreros para pensar de Edward de Bono⁴

Creado a comienzos de los '80 para promover el pensamiento paralelo o pensamiento lateral, en toda su amplitud. Este tipo de pensamiento permite ver un mismo tema

⁴ **Edward de Bono** (1933-actualidad) es un prolífico escritor, psicólogo maltés por la Universidad de Oxford, entrenador e instructor en el tema del pensamiento. Es tal vez más famoso por haber acuñado el término «pensamiento lateral» en su libro *Seis sombreros para pensar*.




desde varias perspectivas, implica moverse de lugar con el fin de encontrar otros puntos de vista.




De Bono propone seis colores de sombreros que representan las seis direcciones del pensamiento que debemos utilizar a la hora de enfrentarnos a un problema.

El método es sencillo, hay seis sombreros imaginarios que cada uno de los participantes puede ponerse y quitarse para indicar el tipo de pensamiento que está utilizando, teniendo siempre en cuenta que la acción de ponerse y quitarse el sombrero es esencial.

Cuando la técnica es empleada en grupo los participantes deben utilizar el mismo sombrero al mismo tiempo. Si bien fue pensado para trabajar en grupos, una sola persona puede realizarlo, cambiando su modo de pensar.

Los seis estilos de pensamiento representados por cada sombrero son:

	<p>El pensamiento con sombrero blanco significa actuar objetivamente proporcionando datos objetivos. Se basa en hechos, cifras y necesidades. Implica dejar los argumentos y las propuestas y mirar sólo los datos y las cifras.</p>
	<p>El pensamiento con sombrero rojo, es intuitivo. Tiene que ver con las emociones, los sentimientos, los presentimientos y las intuiciones.</p> <p>No necesita justificaciones ni explicaciones. Por ejemplo “Pienso que es una idea terrible”.</p>
	<p>El pensamiento con sombrero negro implica el juicio crítico basado en las desventajas, carencias o factores negativos. Sin embargo, no debe ser tomado como negativo, ya que puede señalar por qué una sugerencia no encaja con los hechos o las políticas que se quieren seguir. Es lógico y prudente.</p>

	<p>El pensamiento con sombrero amarillo es la lógica positiva, por qué va a funcionar y por qué es beneficioso. Simboliza el optimismo, lo positivo, lo factible y los beneficios. Mira los resultados de una acción o encuentra el valor de lo ya ocurrido.</p>
	<p>El pensamiento con sombrero verde da la oportunidad de expresar lo creativo, las alternativas, los nuevos conceptos, las nuevas ideas o las nuevas relaciones. Se basa en las percepciones, estimulando el cambio.</p>
	<p>El pensamiento con el sombrero azul es el pensamiento global, al estilo de un director de orquesta. No se enfoca en el asunto mismo, sino en el “pensamiento” acerca del asunto. Organiza, controla y gestiona el proceso del pensamiento. Por ejemplo: “siento que deberíamos volver a pensar en nuestros objetivos institucionales”.</p>

3. Bloqueos

Dicen que todos tenemos ideas, pero que sólo unos pocos se animan a sacarlas a la luz, a pulirlas, a experimentarlas, a ponerlas en práctica y a hacerlas rentables. Esto se debe a que existen distintos tipos de bloqueos que nos impiden sacar las ideas a la luz.

Se denomina bloqueo a ciertas situaciones que pueden tener un impacto negativo en el desarrollo de la creatividad. Por ejemplo, tener miedo al ridículo, al fracaso, al que dirán o emitir juicios de valor.

Los bloqueos pueden dividirse en:

- **bloqueos emocionales:** impaciencia, miedo al fracaso, angustia, inseguridad, miedo al ridículo, falta de motivación, falta de habilidad para distinguir la fantasía de la realidad, percepción estereotipada (ver lo que se espera ver, no lo que hay), rechazo al uso de ciertos sentidos. Los expertos recomiendan comenzar a hacer, aunque sea poco, pero hacer, no quedarse paralizado.
- **bloqueos racionales:** tendencia a emitir juicios apresurados, no aceptar la ambigüedad, excesiva focalización en el problema (no somos capaces de alejarnos para verlo de otro modo), dificultad para la visión multifacético del problema (ver el problema desde distintas perspectivas: como ingeniero, como un niño, como profesor, como empleado, como jefe, etc.).
- **bloqueos culturales:** tienen que ver con las normas y valores sociales o con las creencias religiosas que se conservan a través de sanciones y controles sociales.

Para evitar los bloqueos es fundamental mirar las cosas con otra visión: tal vez no es lo que creía, pregúntese qué otras cosas puede ser o puede haber. Si puede haber otras cosas, pregúntese cuáles. Busque otras respuestas, otras relaciones. Combinar “viejas” ideas con “nuevas” ideas.

4. Mitos de la Creatividad ⁵

- **Creatividad Silogística.** Como todas las personas son creativas entonces yo también soy creativo
- **Creatividad “en cuenta gotas”.** De vez en cuando hago cosas diferentes.
- **Creatividad por obligación.** Soy creativo porque mi puesto lo exige, por una cuestión de supervivencia.
- **Creatividad Naïf.** Creatividad reducida planos manuales o “artes menores”.
- **La Pseudocreatividad.** Confundir lo creativo con lo exéntrico, la diferenciación con lo extravagante...
- **Creatividad inadvertida.** Supone ser creativo sin darse cuenta.
- **Creatividad coartada por la profesión.** Perder posibilidades de ser creativo dependiendo la profesión que se ejerza.

⁵ Kastika, E. (1999). *Los 9 mundos de la Creatividad en Management*. Editorial Macchi.












- ***Creatividad Part Time.*** Supone ser creativo en determinados lugares y en otros no.
- ***Creatividad como ingenio para resolver problemas.***

5. Para ser creativos – Claves

- ***Ser curioso y comunicativo:*** hablar con los consumidores, con los vecinos, con los amigos, preguntar, pero sobre todo escuchar. El curioso explora distintas áreas porque sabe que puede encontrar ideas en cualquier lugar.
- ***Tomar distancia respecto del problema:*** no perder el sentido de lo global. Según el dicho hay que mirar el bosque y no sólo el árbol.
- ***Cambiar el enfoque:*** buscar otros puntos de vista, pensar cómo lo vería un niño, un anciano, un optimista, un soñador, etc.
- ***No buscar lo exótico o complicado,*** sino algo que pueda interesar a los consumidores.
- ***Intentar pequeñas mejoras*** a un producto ya creado, buscar cambios.
- ***Generar asociaciones.***
- ***No tengas miedo de cometer errores.*** Quién no arriesga no gana. Los grandes inventos rara vez resultan en un golpe de suerte, por lo general una sucesión de intentos fallidos para llegar al resultado deseado.
- ***Estar relajados...***

[illegible]

Bibliografía

-  Bachrach E. (2013) *Ágil Mente*. Aprende como funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor. Ediciones Sudamericana.
-  Buzan,T. (2004). *Como crear mapas mentales*. El instrumento clave para desarrollar tus capacidades mentales que cambiará tu vida. Ediciones Urano.
-  De Bono, E. (1985). *Seis Sombreros para Pensar*. Una guía de pensamiento para gente de acción. Editorial Granica.
-  Esquivias Serrano, M. (2004) Creatividad: Definición, Antecedentes y Aportaciones en *Revista Digital Universitaria*. Volumen 5 Número 1. 31 de enero de 2004. Disponible en: http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/ene_art4.pdf
-  Foster, J. (1999). *Como generar ideas*. Ediciones Norma.
-  Guiler, L. (2011). *Anatomía de la creatividad*. Fundit – Escola Superiorde Disseny ESDi.
-  Grosman, G. (1988). *Permiso, Yo soy Creatividad*. Macchi Grupo Editor.
-  Hermida E., Serra, R. y Kastika, E. (2004). *Administración y Estrategia*. Editorial Norma.
-  Kastika, E. (2001). *Desorganización Creativa, Organización Innovadora*. Editorial Macchi.
-  Kastika, E. (1999). *Los 9 mundos de la Creatividad en Managment*. Editorial Macchi.
-  Kawasaki, G. (2006). *El arte de empezar*. El libro para emprendedores más útil escrito hasta la fecha. Ediciones Kantolla.

TALLER PRÁCTICO INTEGRADOR
DESARROLLO DE APLICACIONES WEB

LIC. MARCELO ADRIÁN JUÁREZ
mjuarez@unlam.edu.ar
marcelo_juarez@yahoo.com.ar

08/05/19

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

